

## DAFTAR PUSTAKA

- Adinda Mukti, K., & Budi Santosa, S. (2023). Aplikasi Model S-O-R Pada Analisis Pengaruh *E-Wom* Melalui *Social Media Influencer*, *Celebrity Endorsement*, dan *Customer Review* Terhadap Minat Beli Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada konsumen produk Erigo melalui S-commerce Ti. *Diponegoro Journal of Management*, 12(13), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Ahdiat, A. (2023). Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- Andreas, F. O. A. & F. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* pada Facebook terhadap Minat Beli *Feel in Taste* di Kupang dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 188–204. <https://stp-mataram.ejournal.id/JIH/article/view/1699%0Ahttps://doi.org/10.32535/jicp.v4i3.1343>
- Anuang, P. W., Dyah, P., & Korry, P. (2020). Pengaruh Adopsi Teknologi dan *Social Media Marketing* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Niluh Djelantik). *TIERS Information Technology Journal*, 1(1), 25–32. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/tiers/index>
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh *social media marketing* dan

*e-wom* terhadap minat beli produk geoffmax *The effect of social media marketing and e-wom on interest to buy geoffmax products. Akuntabel, 18(3), 379–391. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>*

Asi, K. J. M., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak. *E-Proceeding of Management, 8(1), 437–447. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14381/14165>*

Aulia Fadhillah Budiawa, A. M. (2023). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maresto Bandung Tahun 2023. In *e-Proceeding of Applied Science (Vol. 9, Issue 6). <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/199974/pengaruh-e-service-quality-terhadap-kepuasan-pelanggan-pengguna-aplikasi-maresto-bandung-tahun-2023.html>*

Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Beli Online Menggunakan Shopee Paylater (Studi Kasus Mahasiswa Di Kota Malang). *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis, 12(01), 510–518.*

Dila Khoirin anisa, & Novi Marlana. (2022). Pengaruh User Generated Content Dan E-Wom Pada Aplikasi Tik-Tok Terhadap Purchase Intention Produk Fashion. *Jurnal Sinar Manajemen, 9(2), 207–218. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2610>*

- Fahimah, M., & Pradita, S. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Content Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Tiktok Ayu Citra Hijab. *Business and Economic Publication (BEP)*, 1(2), 80–88. <https://doi.org/10.32764/bep.v1i2.1013>
- Fauzi, & Lina. (2020). Jurnal Muhammadiyah. Peran Foto Produk, *Online Customer Review*, *Online Customer Rating* Pada Minat Beli Konsumen, 1(1), 37–47.
- Gabriela, Yoshua, & Mulyandi, M. R. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Minat Beli Pelanggan *E-Commerce*. *Jurnal Jempper : Jurnal Ekonomi, Manajemen Parawisata Dan Perhotelan*, 1(1), 121–125.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9) 2018. *Imam Ghozali*, 5(3), 1–490. <https://doi.org/10.19109/pairf.v5i3>
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing : Step-By-Step Techniques To Spread the Word About Your Business Fast and Free*.
- Habibah, N. F., & Fikriyah, N. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Shopee ( *Studi kasus konsumen Toko Adilla . Id* ). 3.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Haris, I., Pahriani, R., & Irsyad, M. (2022). Pengaruh *Sosial Media Marketing*

- Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Jessica, J. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* terhadap *Purchase Intention*. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 1(Mi), 5–24.
- Kamisa, N., Putri, A. D., & Novita, D. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Kepercayaan Konsumen (Studi kasus: Pengguna Shopee di Bandar Lampung). *Journals of Economics and Business*, 2(1), 21–29. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.83>
- Kotler, P. dan G. A. (2001). Prinsip - prinsip Pemasaran. (Terj. Damos Sihombing). *ERLANGGA*, 8(1).  
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/22837>
- Lela Yunikartika, H. (2022). Jurnal E-Bis ( Ekonomi-Bisnis ). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis) Vol. 6 No.1 (2022) Pp. 212-230*, 6(1), 212–230.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin, S. (2022). Pengaruh

- Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>
- Lolonto, C. D. ., Isa, R. A., & Abdussamad, Z. K. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Minat Beli *Merchandise* Kpop (Studi Pada Penggemar Kpop Di Kota Gorontalo) Cynthia Dwi Cahyani Lolonto 1 , Ramlan Amir Isa 2 , Zulfia K Abdussamad 3 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo 123. *Manajemen, Jurusan Ekonomi, Fakultas Gorontalo, Universitas Negeri*, 10(1), 216–223.
- Musianto, L. S. (2002). Perbedaan Pendekatan Kuantitatif Dengan Pendekatan Kualitatif Dalam Metode Penelitian. <https://doi.org/10.9744/jmk.4.2.pp.123-136>. *Jurnal Manajemen Dan Wirausaha*, 4(2), 123–136.
- Nurmanah, I., & Nugroho, E. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan (*Trust*) Dan Kualitas Pelayanan Online (*E-Service Quality*) Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Bukalapak. *At-Tadbir : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.31602/atd.v5i1.3384>
- Prasasti, F. A., Ratnasari, I., & Muhammad, R. F. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap Minat Beli. *Journal for Management Student (JFMS)*, 2(2), 18–26.
- Putri Tunggadewi, F., & Pudjoprastyono, H. (2022). Pengaruh Promosi dan *E-Service Quality* terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(1), 406–422.

<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i1.1603>

Rahmadini, A., & Muslihat, A. (2022). Pengaruh *Online Customer Review* dan *E-service Quality* terhadap Minat Beli pada Marketplace Lazada di Media Sosial Facebook. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1739–1761. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1073>

Rarung, J., & Ratulangi, S. (2022). *J. K. Rarung ., B. Lumanauw ., Y. Mandagie* Pengaruh *Online Customer Review* , *Online Customer Rating* , dan *Customer Trust* Terhadap *Customer Purchase Decision* Fcoffee & Roastery Manado. *Effect Of Online Customer Review , Online Customer Rating , And Cust.* 10(1), 891–899.

Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing*, *E-Service Quality*, dan *Review Content* terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1563-1571>

Schepers, M. (2015). *The Impact Of Online Consumer Reviews Factors On The Dutch Consumer Buying Decision. IBA Bachelor's Thesis, University of Twente*, 1–25.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Issue April).

Syahputri AZ, Fallenia FD, S. R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.

Ulum, F., & Muchtar, R. (2018). Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer*

*Satisfaction Website Start-Up Kaosyay. Jurnal Tekno Kompak, 12(2), 68.*

<https://doi.org/10.33365/jtk.v12i2.156>

Wahyu, W. S., & Saino. (2023). Pengaruh *Influencer Review* dan *Online Customer Review* Terhadap Minat Beli Produk Tas Di Kalangan Mahasiswa Kota. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga, 11(3), 262–268.*

Zeithaml, V. A., Malhotra, A., & Parasuraman, A. (2009). *Services Marketing Integrating Customer Focus Across The Firm. Journal of Service Research, 7(3), 213–233.*